
CREATE TOGETHER

SMART CREATE

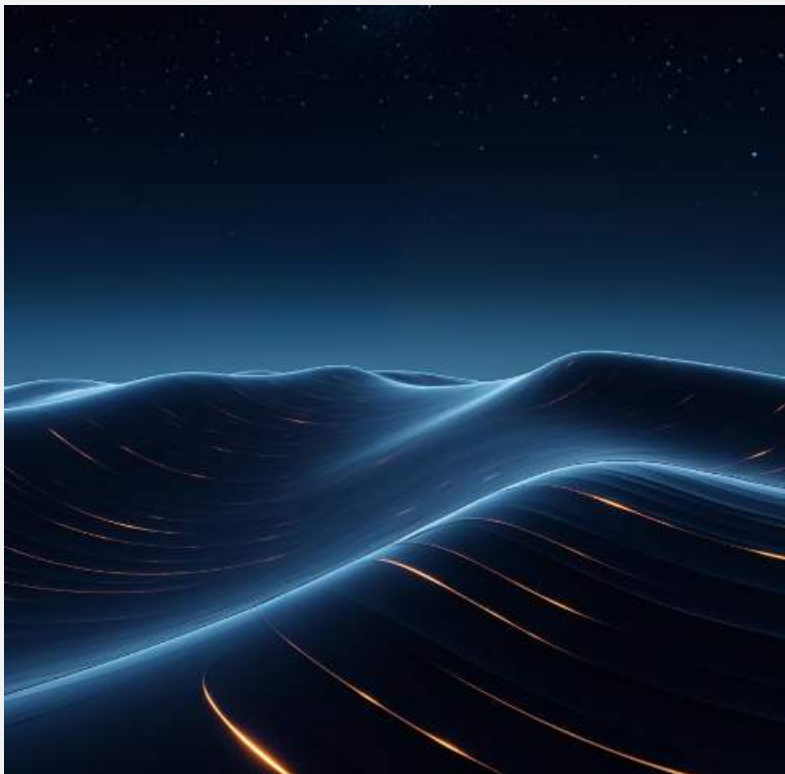
食品饮料行业市场集中度与竞争格局演变分析





01 食品饮料行业市场集中度的现状分析

食品饮料行业市场集中度的整体水平



食品饮料行业市场集中度呈现上升趋势

- 近年来，食品饮料行业市场集中度逐年提高，市场份额向龙头企业集中
- 2019年，食品饮料行业CR5（前五大企业市场份额）达到**30%**，较2015年提高约**5个百分点**



不同细分市场市场集中度差异较大

- 饮料市场集中度较高，CR5达到****40%****以上，其中碳酸饮料、果汁饮料等细分市场集中度更高
- 食品市场集中度相对较低，CR5约为**25%**，其中休闲食品、乳制品等细分市场集中度较高



市场集中度提高的原因

- 行业龙头企业在产品创新、品牌建设和渠道拓展等方面具有**竞争优势**
- 行业并购整合加速，龙头企业通过并购实现**市场扩张**和**份额提升**

食品饮料行业市场集中度的细分市场表现



饮料市场

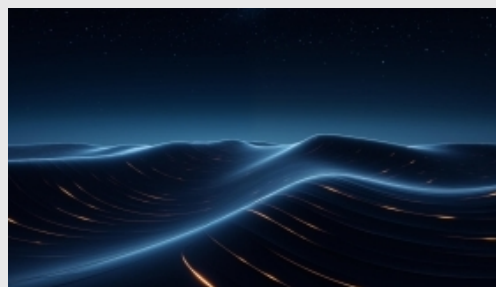
- 碳酸饮料市场：**可口可乐**、**百事可乐**等龙头企业占据主导地位，市场份额稳定在**60%**以上
- 果汁饮料市场：**统一**、**康师傅**等品牌市场份额较高，CR5达到**50%**左右
- 功能饮料市场：**红牛**、**脉动**等品牌市场份额逐年增长，CR5约为**35%**



食品市场

- 方便面市场：**康师傅**、**统一**等品牌市场份额较高，CR5达到**70%**以上
- 乳制品市场：**伊利**、**蒙牛**等龙头企业市场份额稳定在**40%**左右
- 零食市场：**三只松鼠**、**良品铺子**等品牌市场份额逐年提升，CR5约为**20%**

食品饮料行业市场集中度的影响因素



产品创新

- 龙头企业具有较强的研发能力，产品创新能力强，有助于提高市场份额
- 产品创新有助于龙头企业**差异化竞争**，提高市场集中度



品牌建设

- 龙头企业品牌知名度和美誉度较高，消费者信任度较高，有助于提高市场份额
- 品牌建设有助于龙头企业**巩固市场地位**，提高市场集中度



渠道拓展

- 龙头企业具有较强的渠道拓展能力，有助于提高市场份额
- 渠道拓展有助于龙头企业**覆盖更多消费者**，提高市场集中度



行业政策

- 政府对食品饮料行业的监管政策影响市场集中度
- 政策支持有助于龙头企业**发展壮大**，提高市场集中度



食品饮料行业竞争格局的演变趋势

食品饮料行业竞争格局的历史演变



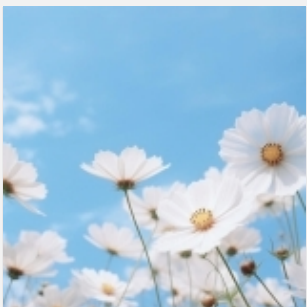
20世纪80年代至90年代

- 食品饮料行业竞争激烈，企业数量众多，市场集中度较低
- 龙头企业通过产品创新、品牌建设等手段，提高市场份额，市场集中度逐渐提高



21世纪初至2010年

- 食品饮料行业并购整合加速，龙头企业通过并购实现市场扩张和份额提升
- 市场集中度进一步提高，龙头企业市场份额稳定



2010年至今

- 食品饮料行业竞争格局趋于稳定，市场集中度保持较高水平
- 龙头企业加大产品创新、品牌建设和渠道拓展力度，巩固市场地位

食品饮料行业竞争格局的当前特点



01

差异化竞争

- 龙头企业通过产品创新，实现产品差异化，提高市场竞争力
- 差异化竞争有助于龙头企业**巩固市场地位**，提高市场份额

02

渠道拓展

- 龙头企业加大渠道拓展力度，覆盖更多消费者，提高市场份额
- 渠道拓展有助于龙头企业**提高市场渗透率**，提高市场集中度

03

品牌建设

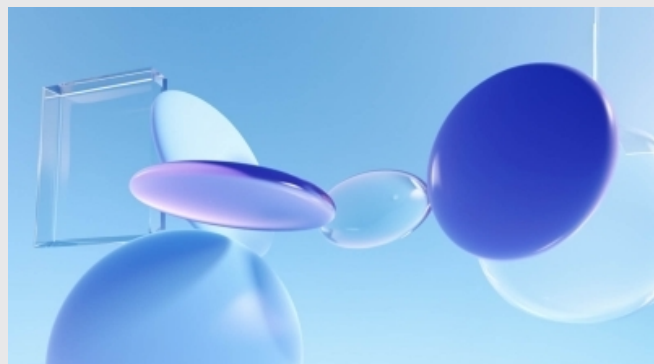
- 龙头企业加强品牌建设，提高品牌知名度和美誉度，提高消费者信任度
- 品牌建设有助于龙头企业**巩固市场地位**，提高市场份额

食品饮料行业竞争格局的未来发展趋势



技术创新

- 食品饮料行业未来竞争将更加依赖技术创新，龙头企业需要加强技术研发
- 技术创新有助于龙头企业**提高产品附加值**，提高市场份额



绿色发展

- 食品饮料行业未来竞争将更加关注绿色发展，龙头企业需要加强环保投入
- 绿色发展有助于龙头企业**提高企业形象**，提高市场份额



跨界合作

- 食品饮料行业未来竞争将更加多元化，龙头企业需要加强跨界合作
- 跨界合作有助于龙头企业**拓展市场空间**，提高市场份额



市场集中度与竞争格局演变的关系分析

市场集中度对竞争格局的影响

01

市场集中度提高，有助于龙头企业**提高市场份额**，巩固市场地位

02

市场集中度提高，有助于龙头企业**降低竞争压力**，提高盈利能力

03

市场集中度提高，有助于龙头企业**加大研发投入**，提高产品创新能力

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：
<https://d.book118.com/338040050070006062>